

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 69-06.08.2025
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Челябинской области

Запрос рассмотрен 5 членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка): 06.08.2025 – 20.08.2025.

Описание рекламного продукта

Размещение в саду «Дзержинец» Копейского городского округа рекламы магазина со следующим текстом: «Супермаркет От батона до г.дона»

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее — УФАС), где находится на рассмотрении обращение физического лица по факту размещения вышеуказанной информации.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия нарушений ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО по просьбе УФАС осуществило оценку соответствия данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Создается ли впечатление, что в рекламе магазина использовано бранное слово?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 1 эксперт ответил НЕТ (20%)

Вопрос № 2. Допустимо ли в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение подобной рекламы магазина, расположенной в саду «Дзержинец» Копейского городского округа?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 3. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 1 эксперт ответил НЕТ (20%)

Вопрос № 4. Имеются ли нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты единогласно ответили ДА

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Большинство экспертов видят в спорной рекламе магазина использование бранного слова и считают не допустимо в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение подобной рекламы.

Таким образом, проанализированная реклама содержит признаки нарушений ч.6 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

Особое мнение

Один эксперт имеет особое мнение, что употреблено не бранное, а разговорное слово: так зафиксировано в «Толковом словаре русской разговорной речи» (под ред. Л.П. Крысина). Если бы было презерватив, было бы лучше? Проблема не в стилистической окраске, а в эвфемизации понятий, связанных с сексом, во многих культурах, в том числе и в русской. Здесь же дисфемизация. Это этическое нарушение.

Решение

1.Выявлены нарушения ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2.Выявлены нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.

